

Trabajo Fin de Grado

Responsabilidad Social de Entidades Financieras Social Responsibility of Financial Institutions

Autor

Mambo José Colón Ngadi

Directora

Aurora Sevillano Rubio

Facultad de Economía y Empresa
2020

RESUMEN EJECUTIVO

La responsabilidad social es un tema de gran importancia para muchas empresas, sea cuál sea su sector de actividad o sus características. La RSC nació por la preocupación de los empresarios por los impactos de sus actividades hacia la sociedad, y tras su creación ha ido evolucionando poco a poco. Debido a que es una buena forma de ganar una imagen positiva, algunas empresas no hacen muchas acciones de RSC sino de marketing social, un concepto muy ligado a la responsabilidad social, pero con ciertas diferencias.

En cuanto a las entidades financieras, hay que decir que en España el sistema financiero ha sufrido muchos cambios debido al paso de una dictadura a la democracia y a los cambios en la economía mundial como las distintas crisis que ha habido. Y en lo que se refiere a la RSC, las entidades financieras están cada vez más concienciadas con la responsabilidad social y con el cumplimiento de los distintos objetivos propuestos por la ONU.

Debido a todo esto el estudio de la responsabilidad social de las entidades financieras es un tema que genera mucho interés y es importante conocer en profundidad las características de la RSC de éstas.

ÍNDICE

1: INTRODUCCIÓN.....	1
1.1: JUSTIFICACIÓN.....	1
1.2: OBJETIVOS.....	1
1.3: METODOLOGÍA	1
2: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL	3
2.1: EL NACIMIENTO DE LA RSC.....	3
2.2: LA RSC EN LA ACTUALIDAD	3
2.3: DIFERENCIAS ENTRE EL MARKETING SOCIAL Y LA RSC	4
3: LA EVOLUCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL Y LA RSC	5
3.1: EVOLUCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL.....	5
3.2: LA RSC EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS	6
3.3: LA ACTUACION DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19	7
4: ANALISIS Y COMPARACIÓN DE LA RSC DE DOS ENTIDADES FINANCIERAS.....	10
4.1: LA RSC EN BANTIERRA.....	10
4.1.1: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	11
4.1.2: GRUPOS DE INTERÉS	12
4.1.3: ACCIONES	14
4.2: LA RSC EN IBERCAJA.....	16
4.2.1: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES	17
4.2.2: GRUPOS DE INTERÉS	18
4.2.3: ACCIONES	20
4.3: TABLA COMPARATIVA	21
5: DAFO	23
5.1: BANTIERRA	24
Fortalezas.....	24
Oportunidades.....	25
Debilidades	25
Amenazas.....	26
5.2: IBERCAJA	26
Fortalezas.....	26
Oportunidades.....	27
Debilidades	27
Amenazas.....	27
5.3: ANÁLISIS COMPARATIVO	27
6: PROPUESTA DE RSC PARA BANTIERRA.....	28
7: CONCLUSIONES.....	31
BIBLIOGRAFÍA	32

ÍNDICE DE GRÁFICOS Y TABLAS

Gráfico 1: N° de empresas de cada sector comprometidas con el objetivo 8.....	7
Tabla 1: Tabla comparativa	23
Tabla 2: DAFO de Bantierra	24
Tabla 3: DAFO de Ibercaja	26

1: INTRODUCCIÓN

1.1: JUSTIFICACIÓN

Desde hace unos años las empresas son cada vez más conscientes del impacto que tienen sobre la sociedad o sobre el medio ambiente con las decisiones que toman. Por ello la Responsabilidad Social Corporativa ha ido ganando importancia y las empresas intentan hacer acciones que puedan hacer un bien común, es decir ya no solo se centran en maximizar sus beneficios, sino que también por cumplir una labor que favorezca a todo el mundo. Este tema tiene mucha importancia ya que la responsabilidad social es algo que todas las empresas, sean del ámbito que sean han de tener presente en sus acciones, por ello, su estudio es de gran interés.

1.2: OBJETIVOS

A lo largo del trabajo se va a dar respuesta a los objetivos propuestos, los cuales son: conocer la importancia de la responsabilidad social corporativa de las empresas en general, desde sus inicios hasta la actualidad, y además profundizar en la responsabilidad de las entidades financieras en particular. También se dará respuesta a cómo las acciones de éstas han afectado en la sociedad, medio ambiente o en la economía, y qué medidas han tomado para minimizar este impacto.

1.3: METODOLOGÍA

En el siguiente punto se definirá con claridad el concepto de Responsabilidad Social y se hará un análisis desde los comienzos hasta la actualidad. Además de definir también el concepto de marketing social, muy ligado a la RSC y haciendo hincapié en las diferencias y entre ellos. El tercer punto trata sobre cómo el sistema financiero español ido cambiando a lo largo de los años, hablar en profundidad de la RSC de las entidades financieras y de las acciones que han tomado durante la crisis sanitaria de la COVID-19 que se vivió durante principios del año 2020, y que afectó a la economía. A continuación en el cuarto apartado se habla de la RSC de dos entidades aragonesas concretas, las cuales son Caja Rural de Aragón e Ibercaja, y se hará una comparación de ambas. En el quinto apartado se realiza un análisis DAFO de ambas entidades y se

muestran las diferencias y similitudes entre ambas. En el sexto apartado se hace una propuesta de acción de RSC que podría tomar Caja Rural de Aragón. Finalmente en el séptimo y último apartado se hacen unas conclusiones generales del trabajo.

2: LA RESPONSABILIDAD SOCIAL

2.1: EL NACIMIENTO DE LA RSC

Los primeros guiños a la RSC nacen en el siglo XIX. Los empresarios en Estados Unidos y Europa tenían una preocupación sobre el bienestar y la vivienda de sus empleados. Debido a ello surgió un debate sobre la personalidad de la empresa, un debate sobre la responsabilidad económica frente a la responsabilidad social. En los inicios del siglo XX surge el primer intento de introducir las responsabilidades sociales en el ámbito empresarial, y aunque lo fundamental era maximizar los beneficios durante la primera mitad del siglo la mentalidad de las personas va cambiando progresivamente. Ya en los años 50 y 60 es cuando aparece el término de responsabilidad social corporativa tanto en Estados Unidos como en Europa, aunque no es hasta los años 90 cuando comienza a desarrollarse (Ubiera, 2014).

Hay varias formas de definir la Responsabilidad Social, también conocida como Responsabilidad Social Corporativa. Estas definiciones dependen del ámbito de aplicación, ya sea social o académico. La Comisión Europea definió en 2011 la RSC como la responsabilidad que tienen las empresas por su impacto en la sociedad. Las empresas han de tener un proceso de integración en diferentes ámbitos, como el social, ambiental o ético. Con ello el objetivo de la RSC es identificar, prevenir y mitigar sus posibles efectos adversos que pueden tener las empresas con sus acciones (Comisión Europea, 2011). En cuanto a las definiciones académicas, muchos autores a lo largo de la historia han aportado una definición de lo que ellos entienden por responsabilidad social. Muchas de ellas hacen alusión a que la responsabilidad social de las empresas ha de ser algo obligatorio.

2.2: LA RSC EN LA ACTUALIDAD

Actualmente la responsabilidad social en las empresas es algo básico, y es un pilar fundamental para el éxito empresarial. Ofrece múltiples beneficios a la empresa como mejorar la imagen pública y ante sus accionistas, proveedores y otros grupos de interés; consigue hacer que la empresa sea creíble, ya que se muestra de una manera más

transparente. Además otro beneficio muy importante es que a largo plazo puede reducir los costes de producción ya que con medidas del cuidado del medio ambiente se puede hacer la producción mucho más eficiente (Jordán, 2019).

Al igual que otras muchas empresas de otros sectores, las entidades financieras también son más conscientes del impacto medioambiental y social que tienen sus acciones, por lo que muchas incluyen en sus planes de Responsabilidad Social acciones, o medidas, que toma la entidad para hacer que este impacto sea menor.

2.3: DIFERENCIAS ENTRE EL MARKETING SOCIAL Y LA RSC

El marketing social se define como una combinación de las cuatro variables del marketing mix pero con la diferencia de que no se intenta promocionar un producto o un servicio sino que se intenta propagar ideas que tienen como objetivo mejorar a la sociedad y crear un mundo mejor (Santos, 2018). Surge en los años 70 del siglo pasado motivado por los cambios y presiones sociales. En esta época aparecen ciertos movimientos de carácter ecologista que pretenden reducir el impacto que tienen el consumo y el marketing en el medio ambiente debido a que podría crear consecuencias muy negativas en el futuro. El marketing social tiene como misión contribuir al bienestar de los compradores y de la sociedad en general en el largo plazo, de esta forma las empresas llegarán a sus objetivos de crecimiento y rentabilidad de una forma mucho más eficaz. A raíz del concepto de marketing social surge otro concepto, la óptica del marketing social. Este término fue definido por Lambin en el año 2003 como una manera de conocer los anhelos de los mercados y satisfacerlos de una forma más eficiente que la competencia, y de esta forma preservar o mejorar el bienestar social.

El marketing social es un concepto estrechamente relacionado con la RSC, pero aun así tienen ciertas diferencias. La primera es que el marketing social tiene un enfoque en los consumidores, mientras que la RSC se centra en los grupos de interés o *stakeholders*. Otra diferencia es la periodicidad, mientras que la RSC se entiende como un compromiso permanente, las acciones de marketing social tienen una duración determinada, generalmente en el corto plazo, es decir de uno a tres años. La última de las diferencias es que todo lo relacionado con el marketing social se ejecuta en el área de marketing de una empresa y cuenta con el apoyo del resto de áreas, sin embargo la RSC es algo en lo que está implicada toda la empresa.

Como conclusión de ello se puede decir que no todas las empresas que realizan campañas de marketing social son empresas responsables, pero la gran mayoría de empresas que realizan acciones de RSC sí se pueden considerar responsables.

3: LA EVOLUCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL Y LA RSC

3.1: EVOLUCIÓN DEL SISTEMA FINANCIERO ESPAÑOL

Al sistema financiero lo forman el conjunto de mercados, instituciones e instrumentos que tienen como objetivo canalizar el ahorro de las unidades con superávit a las que tienen déficit. Su función principal es la de asignar los recursos de una manera eficiente. A lo largo de historia el sistema financiero español ha sufrido muchos cambios. A continuación se van a mostrar los cambios más recientes. Antes de la muerte de Francisco Franco el sistema financiero estaba altamente intervenido. Los bancos solo tenían la capacidad de prestar a quienes el régimen decidía. Además se veían obligados a invertir una parte del ahorro en los sectores que se creían más solventes, cuando lo más correcto era todo lo contrario. Cuando llega la democracia y se forma el primer gobierno democrático en 1977 se deja de lado toda la regulación y fuerte intervencionismo. A partir de ese año se produce una liberación y modernización de la economía en España. En aquel momento el sistema financiero tuvo un papel clave en cuanto al crédito y al ahorro, algo básico en el crecimiento económico de una región. Es en 2007 cuando llega una de las mayores crisis económicas a nivel mundial. Todo ello comenzó con la venta de las llamadas hipotecas *subprime* y la posterior quiebra del importante banco americano *Lehman Brothers* en el año siguiente. Esta crisis tuvo un gran impacto en España. Antes de la crisis se vivió una situación en la que los tipos de interés bajaron mucho como consecuencia de pertenecer a la UE. A esto se le sumó que entre 1995 y 2007 la construcción se convirtió en un sector clave, pero eso hizo que se empezasen muchas viviendas que finalmente no tendrían dueño, o directamente quedaron sin acabar. Además de ello, hay que señalar la importante reducción del número de entidades, muchas se fusionaron y se redujo la plantilla en un 30% y desde 2008 casi 20.000 oficinas cerraron (Martín, 2019).

3.2: LA RSC EN LAS ENTIDADES FINANCIERAS

El sector financiero es uno de los sectores que primero introdujo las políticas de RSC y ha sido pionero en el compromiso con las iniciativas de sostenibilidad. Esto se debe a que el crecimiento de un país depende mucho de la calidad de su sistema financiero. Un país con un sistema financiero potente tendrá unas altas tasas de crecimiento, por lo tanto éste al final ha de colaborar para que el conjunto de la sociedad mejore y obtenga bienestar. Con el paso de los años la sostenibilidad de las empresas se ha basado en cumplir las llamadas Iniciativas Éticas Estandarizadas (IEE). Éstas son el conjunto de instrumentos, instituciones y redes de organizaciones que pretenden difundir una cultura empresarial responsable en todas las partes del mundo. Son una forma de hacer que las empresas tomen unas decisiones correctas en cuanto a responsabilidad social. Existe una gran cantidad de estándares para medir la evolución de las empresas en materia de sostenibilidad (Confederación Española de Cajas de Ahorros, 2008). Uno de ellos es el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Éste es un reclamo a las empresas para que cumplan los principios universales sobre los derechos humanos, medioambiente, normas laborales y la batalla contra la corrupción. En la actualidad son 161 países que tienen empresas adheridas a este pacto. Además intenta promover los 17 objetivos de desarrollo sostenible propuestos por la ONU. El objetivo de este pacto es crear un movimiento para que las empresas que cumplen los principios de sostenibilidad hagan un mundo mejor (Pacto Mundial, 2019)

Dentro de los ODS, el objetivo número 8 es el que las empresas en general tienen como fundamental. Se basa en conseguir que todas las personas tengan un trabajo digno, puedan mejorar su calidad de vida e impulsar el desarrollo económico. Y las entidades financieras son una de las que más importancia les dan a ello. De hecho las entidades financieras ocupan los primeros puestos en cuanto al compromiso con todos los objetivos propuestos (United Nations , 2019).

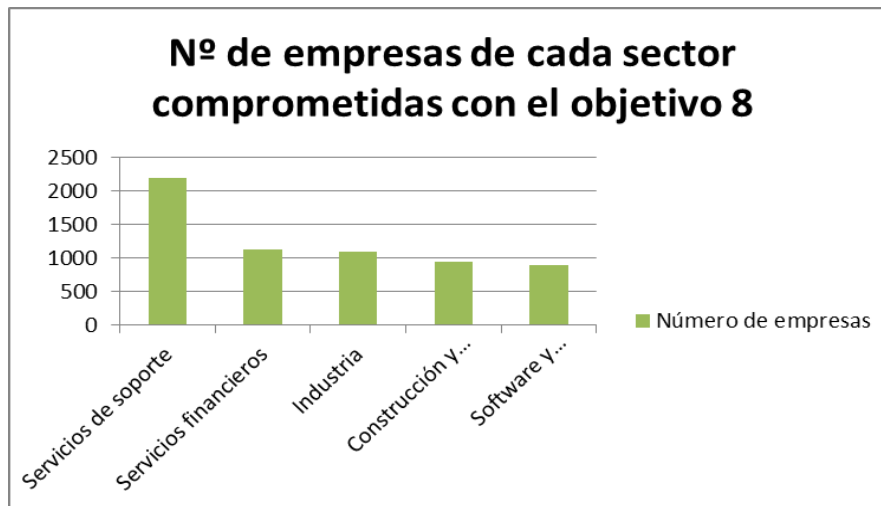


Gráfico 1: Nº de empresas de cada sector comprometidas con el objetivo 8

Fuente: Global Compact United Nations y elaboración propia

3.3: LA ACTUACION DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS DURANTE LA CRISIS DEL COVID-19

El 14 de marzo de 2020 el presidente del Gobierno, Pedro Sánchez, decretó el Estado de Alarma debido a la crisis sanitaria del Coronavirus. La COVID-19 (el nombre técnico del Coronavirus), tiene su origen en Wuhan, la capital de la provincia de Hubei en China. Rápidamente se expandió por otras regiones de China y posteriormente a otros países. Afectó a prácticamente a todos los países del mundo pero tuvo un mayor impacto en China, Brasil, India, Italia, España, Estados Unidos y Reino Unido. Es un virus muy contagioso, debido a ello el Gobierno de España tomó medidas muy drásticas para poder frenar la propagación del mismo. Medidas como estar confinados en casa, salir solamente para lo imprescindible, como ir a hacer la compra, ir a la farmacia o sacar a pasear al perro, y evitar el contacto con otras personas. Debido a esto la actividad en España (y otros países) se redujo considerablemente. Muchos comercios tuvieron que cerrar, la producción se frenó en muchas fábricas, se suspendieron las clases y multitud de eventos, como las procesiones de Semana Santa y las vacaciones durante aquella semana, y eventos deportivos, como los Juegos Olímpicos. Tan solo iban a trabajar las personas que tenían un trabajo esencial, como los sanitarios, los empleados de supermercados, reponedores, o farmacéuticos, entre otros. El resto de trabajadores tenía que trabajar desde casa, o directamente no trabajar debido a la imposibilidad de trabajar fuera de su lugar habitual.

Según establecía el Real Decreto que declaraba el Estado de Alarma, la banca también era una actividad esencial, por lo que según informó el Banco de España mediante una nota de prensa, éste se coordinaría con las entidades financieras para atender al público mientras durase el Estado de Alarma en todo el territorio nacional. Los cajeros siguieron funcionando y las oficinas abiertas con unas estrictas medidas de protección para velar por la seguridad de los trabajadores y de los clientes. (Banco de España, 2020).

El hecho de que muchos países tuvieran que frenar total o parcialmente su actividad generó una gran recesión económica. Tal y como afirma el Fondo Monetario Internacional (FMI), esta crisis a la que el mundo va a tener que hacer frente será más grave que la crisis financiera que se vivió en el año 2008 y que afectó a todas las economías, y que hay que tener en cuenta el enorme receso económico y además tener que lidiar con el número de contagios y hacer lo posible para que se reduzca cuanto antes y poder volver a la normalidad de la forma más rápida posible. Se cree que el crecimiento mundial descenderá un 3%, lo que supone una enorme caída de la economía con respecto al inicio del año 2020. A mediados de abril ya se empezó a notar esa crisis, muchas economías muy variadas, es decir grandes y pequeñas han visto caer sus mercados de acciones el 30%, o incluso más.

Para intentar frenar al máximo los efectos negativos de esta pandemia y mantener la estabilidad económica y apoyar a la economía mundial, los bancos centrales de todos los países del mundo desarrollaron ciertas medidas. La primera, flexibilizar la política monetaria reduciendo las tasas de interés, en el caso de los países desarrollados, hasta mínimos históricos. La segunda medida fue inyectar liquidez a la banca mediante operaciones de mercado abierto como una de las opciones. La última medida fue aplicar una de las medidas que se pusieron en marcha durante la crisis económica, la compra de activos de mayor riesgo, con ello los bancos centrales se aseguran de que las empresas y las familias tengan acceso al crédito (Tobias & Fabio, 2020).

En el caso de España, la crisis del COVID-19 también tuvo un gran impacto sobre la economía nacional. España es un país que depende mucho del turismo, es tras Francia el país con más turistas extranjeros del mundo, y el turismo es el sector que más riqueza aporta al PIB, un 14,6%, y además crea cerca de tres millones de puestos de trabajo según recoge el portal especializado en turismo Hosteltur con los datos obtenidos del informe que elaboró en 2019 la asociación empresarial World Travel & Tourism Council (Hosteltur, 2019). Por lo que con esta crisis sanitaria millones de turistas dejaron de llegar a España y los ingresos provenientes del turismo cayeron en picado,

con ello muchos de los puestos de trabajo que tienen relación con este sector. Pero el turismo y los servicios no son los únicos sectores que disminuyeron los puestos de trabajo, ya que muchas empresas realizaron ERTes y según apuntan las previsiones realizadas por Bankinter, se espera que el paro aumente hasta el 16% durante en 2020 y que baje hasta el 15,3% durante el 2021 (Bankinter, 2020). Además, tal y como apunta el diario ABC, según un informe elaborado por Freemarket se espera que la caída del PIB español sea tan la más grande desde la posguerra. A pesar de ello, los expertos pensaban que la salida de la crisis sería más rápida que la de la crisis financiera de 2008, ya que se espera que España reciba ayudas por parte de la Unión Europea mediante los llamados *coronabonos*, que son bonos de deuda conjunta de los países de la Unión (Aguilar, 2020).

Frente a esta anómala situación el Banco Central Europeo (BCE) pidió a las principales entidades financieras europeas que adoptasen medidas para poder responder a la pandemia, esta petición fue a través de una carta emitida por el presidente del Consejo de Supervisión del BCE, el italiano Andrea Enria. Hay ciertos bancos españoles que recibieron esta petición, los cuales fueron Santander, BBVA, Bankia, CaixaBank, Sabadell, Bankinter, Liberbank, Kutxabank, Unicaja Banco, Ibercaja, Abanca y Banco de Crédito Social Corporativo.

En el caso de Bantierra, a continuación se van a nombrar algunas de las medidas de RSC que tomaron durante los meses del confinamiento para ayudar a los clientes, dado que éstos son uno de los grupos de mayor interés para la entidad, por ello se adelantó el cobro de las pensiones. Las personas de la tercera edad son el grupo de mayor riesgo, por lo que se abonó directamente en cuenta la pensión para evitar que las personas mayores tuvieran que saltarse el confinamiento para poder acudir a su oficina, además se les avisó por teléfono de que ya tenían el dinero en cuenta, además de ello el personal de la entidad respondía dudas que pudieran tener las personas y les daban apoyo. Junto a esta medida se sumaron otras para ayudar a los clientes mientras durase el confinamiento, como eliminar las comisiones de los TPV (Terminales Punto de Venta) o la moratoria hipotecaria (Press, 2020).

4: ANALISIS Y COMPARACIÓN DE LA RSC DE DOS ENTIDADES FINANCIERAS

Una vez estudiada la situación de las entidades financieras de forma amplia, en este apartado va a analizarse por separado la estrategia corporativa, es decir la visión, misión y valores, y las diferentes acciones de RSC que han tomado dos entidades financieras, Bantierra e Ibercaja.

A pesar de ser entidades muy distintas, ya que Ibercaja es mucho más grande, tiene más oficinas y opera en más sitios, se han elegido estas dos por el hecho de que ambas tienen su sede principal en Zaragoza, Aragón.

Además de esto, previamente se hablará de forma breve de las características de la empresa. En primer lugar se analizará a Bantierra, y luego a Ibercaja. Al final del apartado se hará una comparación de las estrategias de ambas, de los manuales de RSC de una forma general y de la importancia que le dan al medioambiente, los derechos humanos y la igualdad en los mismos.

4.1: LA RSC EN BANTIERRA

Es una entidad de crédito cooperativo con sede central en Zaragoza, Aragón. Forma parte de la Unión Nacional de Cooperativas de Crédito, del Grupo Caja Rural, y además de la Asociación Española de Cajas Rurales. Cuenta con 232 oficinas, de las cuales la mayoría se encuentran en la provincia de Zaragoza, y opera en 4 comunidades autónomas más además de en Aragón, las cuales son Cataluña, Comunidad de Madrid, Comunidad Valenciana y La Rioja. Bantierra surgió en el año 2012 de la unión de las antiguas Cajalón y Multicaja, dos entidades reconocidas en el sector de la banca cooperativa. Con la fusión, Bantierra ha mantenido el modelo de RSC que tenían las dos entidades anteriores. Actualmente es una de las cooperativas de crédito más importantes a nivel nacional.

4.1.1: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

Para conocer la estrategia corporativa de Bantierra se ha consultado la Memoria de RSC más reciente que publicaron, la cual fue en 2016 y el Código de Conducta publicado en el año 2018.

VALORES

En la Memoria de RSC aparecen 3 valores, el compromiso, la profesionalidad y la cercanía. En cuanto al primero, Bantierra hace referencia a que quiere dar la mejor versión de sus trabajadores y profesionales para conseguir los objetivos que se proponen y dar un trato excelente a sus colaboradores a la vez que se ganan su confianza. En lo que a profesionalidad se refiere, la entidad quiere la excelencia en todo lo que hace y con ello conseguir los mejores resultados y satisfacer las necesidades de todos sus grupos de interés. Finalmente, la cercanía es algo que también quieren destacar, ya que consideran lo importante que es la empatía para conseguir el mejor trato con los clientes (Memoria RSE Bantierra, 2016). A estos valores hay que añadir los otros tres que aparecen en el código ético. El primero es el entusiasmo, consideran que es fundamental hacer las cosas con alegría y disfrutar trabajando, de esta forma las personas son capaces de mostrar la mejor versión de sí mismas y conseguir los mejores resultados. El segundo es la colaboración. Ven necesario que para conseguir unos buenos resultados hay que pedir ayuda, por lo que siempre están dispuestos a dar y recibir ayuda para solucionar tanto sus problemas como los que puedan tener otros. Finalmente el último es la sencillez. Consideran que para hacer las cosas de una forma óptima hay que hacerlo de una manera transparente para ganarse la confianza de los clientes y de la sociedad en general (Código de Conducta Bantierra, 2018). Tras conocer los 6 valores fundamentales hay que destacar que en la mayoría de ellos hacen mucho hincapié en la confianza, por lo que también es una cualidad que quieren llevar por bandera y por lo tanto se puede considerar como uno de sus valores.

Tanto la visión como la misión solo aparecen de una forma explícita en el Código de Conducta.

MISIÓN

La misión, es, tal y como aparece en el ya mencionado Código de Conducta “*ser la Caja cercana, con personas que escuchan y acompañan para ayudarte a conseguir tus sueños y un futuro mejor*”. Hay que tener en cuenta que Bantierra tiene la mayoría de sus oficinas en localidades pequeñas, por lo que es mucho más sencillo crear esa confianza y cercanía que en oficinas urbanas con un gran volumen de clientes. En la misión están implícitos algunos de los valores anteriormente nombrados. Primero la cercanía ya que están diciendo claramente que quieren ser una caja cercana. Y en segundo lugar el compromiso y hace referencia a que gracias a sus trabajadores los clientes serán capaces de ver como se cumplen sus sueños (Código de Conducta Bantierra, 2018).

VISIÓN

Por último, en cuanto a la visión, es “*estar comprometido con las personas y el territorio para generar valor y prosperidad, con un equipo ilusionado, dinámico y creativo.*” En este caso hacen también referencia a un valor de los anteriores, el entusiasmo. Esto queda claramente reflejado al hablar de la ilusión que pone el equipo de Bantierra para generar valor (Código de Conducta Bantierra, 2018).

4.1.2: GRUPOS DE INTERÉS

Bantierra tiene 6 grupos de interés o *stakeholders* principalmente. A lo largo de este epígrafe se van a conocer todos ellos y conocer las diferentes demandas que la entidad quiere cubrirles.

Empleados: Bantierra ofrece formación para todos sus empleados e intenta fortalecer la comunicación interna para conseguir una mayor eficacia en sus acciones. En su código de conducta establece ciertos principios básicos a seguir con sus empleados. Garantizan la igualdad de oportunidades a todas las personas independientemente de su género, edad, raza o ideología, de hecho hacen hincapié en la libertad de pertenecer en cualquier sindicato, y promueve que los trabajadores participen en ellos. Relacionado con lo mencionado al principio, ofrecen programas de formación a los empleados y aseguran

que es posible la promoción interna de empleados si se cumplen los principios de competencia y capacidad necesarios para poder ascender. Otro fundamento básico para los trabajadores es el poder compaginar de una forma equitativa la vida personal con la profesional, y es por ello que ofrecen medidas para conseguirlo. Gracias a estas medidas también se consigue un ambiente de trabajo óptimo y un buen clima laboral. Siguiendo con el ambiente de trabajo, se apuesta por un lugar seguro y limpio, en el que se respetan todas las medidas de seguridad e higiene en todas sus oficinas, además de asegurar la buena imagen de todos sus empleados, tanto en apariencia como en su forma de expresarse. Finalmente hay que destacar el trabajo en equipo, Bantierra intenta fomentar un buen trabajo en equipo y cooperación entre los miembros de una oficina como con las de otras.

Clientes y socios: muchos de los valores mencionados en el apartado anterior van dirigidos a los clientes. Intentan transmitirles confianza conservando la confidencialidad en todas sus acciones. Transparencia ya que aportan información sincera sobre todas las características de los productos financieros que comercializan, comisiones y procedimientos de la entidad a la hora de resolver cualquier tipo de problema. Todas las acciones realizadas por la entidad se ciñen al marco legal vigente, y siempre intentan hacer ver a los clientes la legalidad de sus actos. Hay que destacar que tienen un gran pacto con la eficiencia y aseguran calidad en todos sus servicios, y enfocando estos mismos a cada cliente. En la misión hacen referencia a que ayudan a conseguir los sueños de las personas, y esto se hace notar en las acciones que realizan hacia los clientes ya que dan apoyo financiero a proyectos empresariales tanto de pymes como de autónomos o emprendedores entre otros.

Sociedad: cuenta con muchas acciones para la sociedad, en el siguiente epígrafe se detallan algunas de las acciones que realizó para el beneficio de la misma. Aseguran una repercusión positiva directa en todos los territorios en los que trabajan y dan apoyo a los colectivos más vulnerables y a la vertebración del territorio. Como se ha dicho anteriormente, la legalidad y la seguridad es algo en lo que Bantierra está totalmente comprometida, y es por ello que tienen especial cuidado con el blanqueo de capitales y la financiación al terrorismo. Por ello tienen acciones concretas para evitar cualquiera de estas dos acciones como formar al personal en este aspecto. Hay que destacar que Bantierra apuesta por el progreso tecnológico y la constante innovación, y así implantar técnicas más modernas y eficientes.

Administración: con respecto a las administraciones públicas hay que decir que tienen participación en distintos organismos y han firmado convenios promovidos con administraciones, sobre todo a nivel regional. También es necesario destacar el apoyo que ofrecen a todos los territorios en los que la entidad está implementada, y el fomento de la economía social. La economía social es el conjunto de actividades económicas y empresariales que algunas entidades desarrollan con el objetivo de conseguir interés general tanto económico como social (Cepes, 2018).

Proveedores: a los proveedores se les asegura profesionalidad y transparencia comercial. La selección de estos se basa en criterios objetivos e intenta evitar siempre la exclusividad.

Entorno de la RSC: este es el último grupo al que hacen referencia. Bantierra suele participar de forma activa en foros de trabajo y medios que difunden la responsabilidad de las empresas. Además, en ocasiones han organizado congresos relacionados con la RSC mostrando así su compromiso con ella.

4.1.3: ACCIONES

Bantierra ha realizado numerosas acciones para poder apoyar a sus grupos de interés, los cuales son sus empleados, clientes y socios, la administración pública, los proveedores, el entorno de la RSC y la sociedad en general. Para sus trabajadores ha creado diversos programas como uno de beneficios sociales, de igualdad, de familia o acciones de voluntariado. El segundo grupo son los clientes, para los que ha impulsado diferentes proyectos, más adelante se explicará alguno de ellos. En cuanto a la administración, participa en programas y convenios promovidos desde las distintas administraciones ya sean locales, regionales o nacionales. Debido al volumen y al gran público tan diverso al que puede dirigir una acción, la sociedad en general es el grupo para el que más acciones se han realizado, a continuación se muestran algunas de ellas.

En el manual de RSC hablan de las acciones que hicieron en 2016 con el que mostraban el compromiso con diferentes sectores, y se va a proceder a hablar con detalle del compromiso que tiene la entidad con cada uno de ellos. Hay que destacar que aunque las acciones que se van mencionar a tienen una duración definida, y por lo general de corto plazo, están dirigidas los stakeholders de Bantierra, por lo que se pueden considerar acciones de RSC. Una vez hecha esta aclaración, las acciones son las siguientes:

- Compromiso económico: en lo que respecta con la economía, Bantierra muestra su apoyo a ciertos sectores mediante convenios. Primero al sector industrial, tiene convenios con numerosas federaciones o asociaciones como FITCA (Federación Industrias Textiles de Zaragoza), ICO (Instituto de Crédito Oficial), o APRIMA (Asociación de Fabricantes de Maquinaria Agrícola de la Provincia de Lleida) para impulsar la industria. También tiene convenio con Asociaciones de Comercio de distintas localidades, con lo que le muestra su apoyo al comercio. En tercer lugar con Initland, una empresa vasca que tiene como objetivo desarrollar nuevas iniciativas empresariales (Init Group, 2020), Con ello le da apoyo a los emprendedores de Aragón. En cuarto lugar muestra su apoyo a los jóvenes, para ello ha firmado un convenio con el Ayuntamiento de Ejea de los Caballeros para lanzar una Hipoteca Joven par que los jóvenes del pueblo puedan acceder a la vivienda. Finalmente colabora con el Colegio de Abogados de Zaragoza.
- Compromiso social y asistencial: en este apartado se van a enumerar los diferentes acuerdos, convenios que tiene con diferentes grupos y asociaciones para ayudar a la sociedad, colaboró con ASPANOA (Asociación de Padres de Niños con Cáncer de Aragón) vendiendo entradas para un partido benéfico del Real Zaragoza, con el proyecto Trainers Paralímpicos de Fundación Once, recaudaciones solidarias para la atención de víctimas de catástrofes, con ASPACE, una asociación oscense que ayudan a personas con parálisis cerebral, con el Banco de Alimentos de Huesca, fue entidad colaboradora de Ebropolis, una asociación que se dedica a elaborar una estrategia de futuro para Zaragoza y los municipios cercanos.
- Compromiso cultural: para apoyar este aspecto organizó exposiciones en sus edificios principales de Huesca y Zaragoza, o colaboración y patrocinio de actividades culturales en diferentes municipios.
- Compromiso deportivo: colaboración con el Real Zaragoza y la Fundación Rioja Deporte. También organizó eventos deportivos por Aragón y dio apoyo económico a clubes locales. En este caso sí que realizaron una acción de RSC, ya que esta aún perdura, que es el patrocinio del Equipo Ciclista Caja Rural-Seguros RGA.

- Compromiso con el medio ambiente: este es un tema muy importante, ya que Bantierra se presenta como una empresa muy concienciada con el medio ambiente. Sin embargo hay que destacar que el medio ambiente no es uno de sus grupos de interés, por lo que estas acciones no son consideradas de RSC, sino de marketing social. A pesar de ello se van a nombrar algunas de las medidas que tomaron para ser más amistosos con el medio ambiente. Implantaron tablillas electrónicas en las oficinas para ahorrar papel, esto también es considerado una acción de RSC, ya que aún se sigue haciendo. Comenzaron a usar Skype para reducir los gastos de papel y teléfono. Y además participaron en el proyecto PYME *Energy Check Up*, para conseguir un consumo eficiente.
- Compromiso con la formación: mostrando su apoyo al mundo rural, se unió al proyecto Plan Orienta Mujer Rural 2016 el cual tuvo lugar en localidades como Caspe, Calatayud o Ejea de los Caballeros. Además colaboró con la Universidad de Zaragoza, pusieron en marcha la Cátedra Bantierra para ayudar a personas con discapacidad en el entorno urbano.

4.2: LA RSC EN IBERCAJA

Ibercaja Banco, al igual que Bantierra, tiene sede en Zaragoza. Este grupo tiene como actividad principal la banca minorista. Fue fundada en 1873 bajo el nombre de Caja de Ahorros y Monte de Piedad de Zaragoza, Aragón y Rioja por la Real y Excelentísima Sociedad Económica Aragonesa de Amigos del País. Tres años después comienza su actividad financiera, aunque no es hasta 1933 cuando se expande y abre otras oficinas por Aragón, La Rioja y Guadalajara. Desde entonces ha ido expandiéndose a escala nacional. En el año 2011 se crea Ibercaja Banco y en el año 2014 deja de ser una caja de ahorros para pasar a ser una fundación bancaria. Cuenta con 1115 oficinas repartidas por todas las comunidades autónomas. Actualmente es una de las entidades financieras españolas mejor valoradas. Según el ranking Banking 500, un ranking anual que recoge a las 500 entidades financieras mejor valoradas y más potentes de todo el mundo elaborado por BrandFinance, en el año 2019 Ibercaja se encontraba en el puesto 314 subiendo posiciones desde el año anterior. En dicho ranking se encontraban 11 bancos españoles, e Ibercaja era el noveno entre estos (Marketing News, 2019). No solo está bien valorada entre los bancos, sino que es una de las marcas mejor valoradas en

general. Otro ranking realizado por BrandFinance en el que se muestran las 100 marcas españolas que mejor valoran posiciona a Ibercaja en el puesto 59, subiendo tres puestos con respecto al año anterior (España100 2019).

4.2.1: MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

MISIÓN

Tal y como recoge la Memoria de RSE de Ibercaja del año 2018, la misión de la entidad es “*contribuir a hacer mejor la vida de las familias y empresas ayudándoles a gestionar sus finanzas*”. Con esto podemos apreciar que Ibercaja tiene como principales grupos de interés al sector privado, es decir a las familias, y a las empresas. También hacen referencia a que ayudan a estos grupos con “*un asesoramiento personalizado y de calidad por medio de la mejora continua y los productos más innovadores*”, por lo que se puede apreciar también que le dan mucha importancia al avance tecnológico y en tener los medios más avanzados para trabajar (Memoria RSC Ibercaja, 2018).

VISIÓN

En lo que a la visión se refiere, Ibercaja pretende ser una “*organización excelente al servicio de sus stakeholders, o grupos de interés*”. Como se ha dicho anteriormente, sus dos principales grupos son las familias y las empresas, estos dos segmentos son parte del grupo de clientes. Aspiran a aumentar su cuota de mercado gracias a su profesionalidad. Aparte de estos tienen otros grupos de interés que son los accionistas, de los que destacan que quieren hacer de Ibercaja un proyecto atractivo para que los inversores lleven sus capitales. El siguiente grupo son las personas, con personas hacen referencia a los profesionales que trabajan con Ibercaja de los cuales destacan el compromiso con la entidad la profesionalidad con la que realizan su trabajo. Por último el cuarto grupo al que hacen referencia es la sociedad, con la que tiene el compromiso de desarrollar un modelo de banca con sensibilidad social.

VALORES

Finalmente, en cuanto a los valores, destacan 6, cercanía, profesionalidad, compromiso, excelencia, solidez y capacidad de adaptación, esta última es a la que más importancia

le dan. Además de estos valores, en el Código Ético hacen referencia a que también quieren mostrarse al mundo como una entidad que destaca en la integridad, honestidad y profesionalidad (Código Ético Ibercaja, 2018). Con todo esto se ve que Ibercaja intenta convertirse en un banco en el que prima la excelencia y uno de sus principales objetivos es proporcionar el mejor servicio a todos sus grupos de interés gracias a la profesionalidad que les caracteriza de una forma ética y responsable.

4.2.2: GRUPOS DE INTERÉS

En el apartado anterior se han definido de forma superficial algunos de los stakeholders de Ibercaja, en este punto se van a definir con más claridad.

Clientes: es el grupo con más importancia para ellos. Su objetivo se basa en ofrecerles a los clientes un servicio en el que prima la excelencia con los mejores productos adaptados a sus necesidades. Tal y como recogen sus memorias de RSC, Ibercaja apuesta por un modelo universal de banca centrado en el negocio minorista y poniendo al cliente como principal protagonista. Para conseguir que el cliente se sienta totalmente satisfecho los responsables de Ibercaja mantienen una comunicación constante con los clientes para conocer sus expectativas e intereses y de esa forma poder adaptar sus servicios a las necesidades específicas que pueda tener cada cliente. Para conseguir los mejores resultados y como forma de ganar la confianza de los clientes la entidad acepta ciertos compromisos. El primero es conocer al cliente de una forma completa para poder adaptarse a sus necesidades y ofrecer un producto o servicio correcto, y un asesoramiento totalmente personalizado. A esto hay que sumarle que la forma de hacerlo es totalmente transparente tanto en la comunicación, como a la comercialización de los productos, dándole al cliente toda la información pertinente. Finalmente destacar la confidencialidad de los datos de cada uno de los clientes.

Personas: cuando se hace referencia a las personas hablan de los trabajadores, a los que definen como a los “*embajadores de la marca*”. Los denominan así por su profesionalidad y dedicación. En la memoria de RSC hacen ver que los trabajadores tienen un papel fundamental en el desarrollo y en el éxito de la entidad. De la misma forma que con los clientes, también tienen ciertos compromisos con los trabajadores. Ayudarles en su carrera profesional y ayudarles a conciliarla con su vida personal de la mejor manera posible. Además aseguran un desarrollo continuo para las personas, es decir tienen una capacidad de avanzar e ir alcanzando puestos más importantes. Una

forma de apoyar al desarrollo personal es impulsando el desarrollo del liderazgo para que se consigan mejores resultados. Junto a todo ello, Ibercaja apuesta por una buena comunicación entre el personal de la entidad, consideran fundamental que haya dialogo transparente. Finalmente hay que destacar que son defensores de la igualdad y la diversidad en sus oficinas, y mostrando cero tolerancia con cualquier tipo de discriminación. Además de ofrecer una gran seguridad a todos sus trabajadores e impulsando en ellos el voluntariado.

Accionistas e inversores: para velar por el cumplimiento de las necesidades de este grupo la entidad intenta conseguir una relación de confianza que se basa en la comunicación transparente. Hay que decir que no solo se centran en los accionistas actuales sino que también en los potenciales. Para ello les facilitan información necesaria y adecuada. Además del dialogo, es muy importante mantener la confidencialidad en los datos que cualquiera de los accionistas o inversores ofrezcan. El último punto a señalar es la igualdad a la hora de acceder a la información relevante de la entidad para todos los posibles accionistas o inversores.

Sociedad: en cuanto a la sociedad, tiene varios compromisos. Apuestan mucho por el desarrollo de los territorios y es por ello que colaboran con los agentes locales. Para ello se adaptan a las necesidades y a las demandas que tiene la sociedad. Otro aspecto importante es la inclusión financiera de grupos más desfavorecidos y ofrecerles acceso a sus productos y servicios. En relación con ello impartir educación financiera y haciendo acciones de voluntariado.

Proveedores: es muy necesario tener una buena comunicación con los proveedores. Es por ello que mantienen un dialogo constante para fortalecer la relación con éstos. Tienen un papel clave para Ibercaja ya que les ayudan a cumplir los objetivos estratégicos. Para elegir a los proveedores sigue una serie de criterios: la máxima calidad tanto en el producto como en el servicio, las condiciones económicas, la experiencia y el prestigio que tenga, la transparencia en sus gestiones y la diversificación de los suministradores. Tienen como compromiso mostrar su apoyo a las pymes, empresas de carácter social y a empresas que ayuden a mantener una cohesión social en los territorios de actuación.

Medio ambiente: con el medio ambiente tiene un compromiso de responsabilidad y sostenibilidad. Se basa en proteger y preservar el entorno. Cuenta con una política específica para el medio ambiente y varios principios con relaciona la protección del entorno.

4.2.3: ACCIONES

La mayoría de las acciones de RSC que hace Ibercaja intentan ayudar a cumplir al menos uno de los 17 los Objetivos de Desarrollo Sostenible que propone la Organización de Naciones Unidas. Se pueden dividir estas acciones dependiendo del grupo de interés al que quieren favorecer con la acción, siendo estos los clientes, personas, proveedores, accionistas e inversores, medio ambiente y a la sociedad en general.

Comenzando con los clientes, tal y como se menciona en la misión, los clientes son muy importantes para Ibercaja, e intentan darles lo mejor posible adaptando sus servicios y productos a las necesidades específicas que tenga cada uno, todo esto respetando al máximo los datos de los clientes y mostrando una transparencia absoluta en sus acciones.

En cuanto al compromiso con las personas, hace referencia a los trabajadores de la entidad. Realizan acciones que intentan ayudar a cumplir 3 de los ODS, relacionados con la salud y bienestar, la igualdad de género y el crecimiento económico. Esto lo intentan conseguir conociendo bien a los trabajadores, dejando que puedan compaginar bien su vida personal con la laboral o defendiendo la igualdad entre hombres y mujeres, lo cual se ve bastante reflejado en la plantilla ya que el 48% de la plantilla son mujeres. El siguiente grupo son los proveedores, y de la misma manera que con el grupo anterior, pretende cumplir el objetivo de crecimiento económico. Consideran que la relación con los proveedores ha de ser sana y transparente. Debe basarse en la ética y cumplir todos los compromisos que se pactan por ambas partes. En el año 2016 habilitaron el Portal de Proveedores.

El siguiente grupo son los accionistas e inversores. Tratan de que haya una igualdad entre ambos y tengan información relevante de la empresa. Para lograr esto presentaron un nuevo plan, al que llamaron Plan Estratégico 2018-2020.

Como otras muchas empresas, el medio ambiente es un punto importante en las memorias de RSC de Ibercaja. Gracias a las acciones que serán mencionadas a continuación, intentarán cumplir el objetivo 13, Acción por el clima. En este aspecto realizan muchas acciones para reducir su impacto sobre el medio ambiente. Cuentan con un sistema de gestión medioambiental certificado por Aenor. En 2018 crearon un calendario de comunicación del medio ambiente en el que cada mes intentaban darle importancia a un aspecto en concreto.

Hay que destacar también que se sumaron a varias iniciativas, como TeloReciclo, un proyecto promovido por la compañía Orange para reciclar los integradores de los teléfonos móviles. Esto ayuda a dar trabajo a las personas con discapacidad intelectual, ya que por cada móvil donado la Asociación Atades obtiene dinero, y para proteger el entorno ya que esos móviles serán reciclados. Otra a la que se sumaron es a la promovida por COEPLAN, que intenta que las empresas sean cada vez más sostenibles. Ibercaja está muy concienciada también con el reciclaje en sus oficinas, son conscientes de la importancia de la economía circular, y se asegura de que todos los residuos estén bien separados. Otro punto que hay que destacar es su compromiso con el ahorro energético y usar la energía de la forma más eficiente posible, por ello, su sede central tiene un consumo total de energías renovables.

Además de todos aspectos, la entidad ha realizado acciones para combatir la huella de carbono y reducir el número de emisiones.

Finalmente, como último *stakeholder*, está la sociedad en general. Debido al gran número de personas a las que pretende ayudar, Ibercaja ha realizado muchas acciones para ayudar al conjunto de la sociedad, tales como un programa de educación financiera, el cual es promovido por la Fundación Ibercaja, realizan acciones de voluntariado, o integrar al mundo laboral a personas con alguna discapacidad, entre otras muchas.

4.3: TABLA COMPARATIVA

Una vez visto de forma individual estas dos entidades financieras, se va a realizar una comparación de las acciones de ambas, así como una tabla resumen en la que se aprecien tanto las diferencias como las similitudes con más claridad.

Para empezar, hay que destacar que Bantierra realiza menos acciones de Ibercaja, esto puede deberse al tamaño de Ibercaja, ya que se puede permitir patrocinar durante más tiempo un proyecto, o mantener acciones.

Como puntos en común hay que decir que ambas tienen unos *stakeholders* muy similares.

	BANTIERRA	IBERCAJA
VISIÓN	Compromiso con las personas y el territorio	Ser el mejor banco y mejorar cada día
MISIÓN	Ser una entidad cercana	Hacer mejor la vida de los clientes
VALORES	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía • Colaboración • Entusiasmo • Sencillez • Compromiso • Profesionalidad 	<ul style="list-style-type: none"> • Cercanía • Profesionalidad • Excelencia • Solidez • Compromiso
STAKEHOLDERS	<ul style="list-style-type: none"> • Empleados • Clientes y socios • Sociedad • Administración pública • Entorno de la RSC • Proveedores 	<ul style="list-style-type: none"> • Clientes • Personas • Proveedores • Accionistas e inversores • Medio ambiente • Sociedad
DIFERENCIAS	<ul style="list-style-type: none"> • Bantierra es una cooperativa de crédito, mientras que Ibercaja es una fundación bancaria. • Ibercaja es una entidad mucho más grande y con mayor presencia a nivel nacional. • Bantierra no cuenta con tantas acciones de larga duración como si lo hace Ibercaja, y a pesar de que Bantierra realizó acciones en el 2016 para preservar el medio ambiente y acciones para la sociedad en general, no los tienen como grupos de interés. • Tienen metas distintas, mientras que Bantierra quiere centrarse en ser un banco cercano a las personas y apoyar a la sociedad, Ibercaja se 	

	muestra como un banco que quiere ser el mejor y prima la excelencia para el bienestar de sus clientes. Es decir, ambas tienen como objetivo el ayudar a las personas, pero de una forma totalmente distinta.
--	--

Tabla 1: Tabla comparativa

5: DAFO

En este apartado se va a realizar un análisis DAFO de ambas entidades para ver desde otro punto de vista las diferencias que hay entre Bantierra e Ibercaja. Este análisis va a estar centrado tanto en la responsabilidad social como en la empresa en general. Este tipo de análisis de centra en estudiar la situación interna de una empresa mediante el estudio de las debilidades y fortalezas que tiene la misma y un análisis externo que se centra en las amenazas y oportunidades a las que tendrá que hacer frente. Primero se van a analizar los factores positivos, y después los negativos.

5.1: BANTIERRA

BANTIERRA	
INTERNO	EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Ventaja competitiva al centrarse en el mundo rural• Única empresa aragonesa con un puesto de directivo de RSC	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento de organizaciones en materia de RSC
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Pequeño tamaño• Muchas oficinas en localidades pequeñas• Acciones de RSC, pero con duración definida y poco precisa• Información desactualizada sobre la RSC• No incluir el medio ambiente como uno de sus <i>stakeholders</i>	<ul style="list-style-type: none">• Entrada de nuevos competidores• Posibles crisis• Reducción de la población rural

Tabla 2: DAFO de Bantierra

Fortalezas

Es una entidad que le da mucha importancia al mundo rural, lo cual es un gran distintivo frente a otras entidades españolas. En el año 2015 la responsable de RSC de Bantierra, Jana Catalán, ofreció una entrevista al portal CulturaRSC en la que comentaba que Bantierra es la única entidad aragonesa que cuenta con un puesto específico de directivo de responsabilidad social, el cual fue creado en el año 2004 (Dovas, 2015). Esto es una gran fortaleza ya que permite que sus grupos de interés vean lo implicados que están con la responsabilidad social.

Oportunidades

En la misma entrevista, Jana Catalán comenta que en el mismo año 2015 Bantierra obtuvo la calificación más alta (A+) del *Global Reporting Initiative*, una organización independiente e internacional con sede en Ámsterdam formada en 1997 que fue pionera en informes de sostenibilidad (GRI, 2017). El hecho de que Bantierra tenga el apoyo de instituciones tan importantes en materia de RSC es una gran oportunidad para que el mundo entero pueda ver la calidad de sus acciones y gane reconocimiento tanto a nivel nacional como internacional.

Debilidades

Como ya se ha dicho anteriormente, Bantierra no es tan grande como otras entidades, y no opera en todo el territorio nacional, y además muchas de sus oficinas se encuentran en municipios pequeños, de hecho el 64% de éstas se encuentran en poblaciones con menos de 2000 habitantes (D.A., 2018), por lo que tiene una desventaja frente a los demás.

En lo que a RSC se refiere, muchas de las acciones que realiza para satisfacer a sus grupos de interés tienen una duración determinada, y en sus manuales no se especifica si las que no la tienen se mantienen en el futuro como sí lo hace Ibercaja u otras entidades de la competencia. La información relacionada con la RSC que se encuentra en su página oficial está anticuada, la última memoria de responsabilidad social publicada es de 2016, es decir que aunque tienen muchos compromisos con diferentes grupos no se ve luego reflejado en sus memorias de responsabilidad social.

Finalmente hay que decir que no incluyen al medio ambiente entre sus grupos de interés, a pesar de ello en su manual de RSC tienen acciones concretas para preservarlo, esto no es muy coherente ya que están realizando acciones para el medio ambiente, lo cual está bien, pero no lo cuentan como un grupo de interés fundamental y aun así afirman que son una empresa muy concienciada con el entorno, por lo que deberían incluirlo entre sus principales *stakeholders* para darle coherencia a todas sus acciones.

Amenazas

Como todas las empresas, tiene la amenaza de que entre un nuevo competidor y le pueda quitar cuota de mercado. Además, al ser una entidad financiera, tienen que estar muy atentos a la coyuntura económica, ya que el sistema financiero depende mucho de las posibles crisis que puede haber en un país, como es el caso de la del COVID-19 anteriormente nombrada. Otra amenaza es que los pueblos cada vez se están quedando sin habitantes, muchas personas deciden ir a las ciudades a buscar oportunidades de trabajo que no van a encontrar en el entorno rural, por lo que si los pueblos se vacían muchos de los clientes de Bantierra se irán a otras entidades.

5.2: IBERCAJA

IBERCAJA	
INTERNO	EXTERNO
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">• Empresa de gran tamaño• Muchas acciones• Cumplimiento de los ODS	<ul style="list-style-type: none">• Reconocimiento de organizaciones
DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none">• Competidores más potentes	<ul style="list-style-type: none">• Entrada de nuevos competidores• Crisis financieras

Tabla 3: DAFO de Ibercaja

Fortalezas

Como se ha dicho anteriormente, Ibercaja es una de las entidades financieras más grandes a nivel nacional, por lo que cuenta con un gran volumen de ingresos. Esto le permite tener la capacidad de poder realizar muchas acciones de responsabilidad social y colaborar con diferentes agentes para satisfacer las necesidades de sus grupos de interés. Tiene una memoria de responsabilidad social muy completa en la que hace referencia al objetivo u objetivos de desarrollo sostenible que propone la ONU intenta cumplir con cada una de sus acciones. Hay que destacar que gracias a sus múltiples

acciones tiene al menos una acción que intenta dar respuesta a cada objetivo de una manera o de otra.

Oportunidades

De la misma forma que Bantierra cuenta con el apoyo de importantes instituciones relacionadas con la RSC, Ibercaja también tiene numerosos reconocimientos. Uno de sus últimos reconocimientos es el que obtuvo en noviembre de 2019, el Sello de la Responsabilidad Social de Aragón 2020. Este sello es otorgado por el Instituto Aragonés de Fomento y premia la labor de Ibercaja en sus acciones en materia de responsabilidad social. Además de ello, Ibercaja se ha unido al Pacto Mundial de las Naciones Unidas, nombrado previamente, con la meta de promover los ODS (Europa Press, 2019).

Debilidades

Existen otras entidades financieras más potentes que Ibercaja que tienen mucho más impacto a nivel nacional e incluso internacional como es el caso del Banco Santander o el BBVA, que se encuentran entre los 50 bancos más poderosos del mundo. Aparte de ello, no tienen debilidades en materia de RSC.

Amenazas

Bantierra e Ibercaja comparten dos amenazas, estas dos son comunes para casi todas las empresas. La primera es la entrada de un nuevo competidor que le quite cuota de mercado y satisfaga a los clientes de una forma más eficaz. La segunda son las crisis económicas, como la que ocurrió en el año 2008 y la reciente crisis sanitaria del COVID-19.

5.3: ANÁLISIS COMPARATIVO

Tras hacer el análisis tanto interno como externo de ambas entidades se llega a la conclusión de que en materia de RSC Ibercaja es superior a Bantierra. Dejando a un lado el tamaño de ambas entidades, se aprecia que Ibercaja tiene un mayor compromiso

con el cumplimiento de los ODS propuestos por la ONU, de hecho tanto en las memorias de responsabilidad, como en su página web hacen gala del compromiso con estos objetivos. Sin embargo, Bantierra no los nombra en ningún momento. Otro aspecto muy importante a destacar es la información que ofrecen respecto a las acciones que realizan. Como se ha comentado anteriormente la última memoria de Bantierra es de 2016, y no solo eso, sino que en su página web no actualizan los datos, y muchas de las noticias relacionadas con la responsabilidad social están igual de anticuadas. Además, es necesario recalcar que no se especifica si muchas de estas acciones se han mantenido en el futuro o solamente fueron para el año en el que se realizaron las memorias de responsabilidad. En el caso de Ibercaja es todo lo contrario, cuentan con una enorme agenda de responsabilidad social y un gran plan de futuro en este aspecto. Para acabar con las diferencias, hay que nombrar la coherencia de los grupos de interés. En el caso de Ibercaja, todas las acciones tienen coherencia e intentan favorecer a alguno de sus *stakeholders*. Sin embargo en el caso de Bantierra, se enfocan mucho en el medio ambiente y en la preservación del entorno, y de hecho, hacen acciones para ayudar al medio ambiente, pero no es uno de sus grupos de interés principales. Esto hace ver una falta de coherencia entre las acciones y los grupos de interés. A pesar de estas diferencias, las dos entidades tienen puntos en común, como lo son las amenazas, ya que ambas son susceptibles a las crisis económicas y a la entrada de un competidor más fuerte y que haga un trabajo mejor.

6: PROPUESTA DE RSC PARA BANTIERRA

En este apartado se van a plantear propuestas para que la RSC de Bantierra sea algo más eficaz. Para ello se va a explicar una acción de responsabilidad social y siguiendo el modelo de Ibercaja hacer algunos cambios para ser más competitivos. Como se ha dicho en apartados anteriores, Bantierra en 2016 realizó muchas acciones de RSC pero con una duración muy limitada, al contrario que otras entidades.

La acción propuesta tiene que ver con los clientes de la entidad, en concreto con las personas de la tercera edad. La tecnología avanza a pasos agigantados y cada vez más acciones están digitalizadas. En la actualidad no es necesario ir a hacer la compra, ya que se puede hacer online y los repartidores la llevan hasta la puerta de casa, planificar un viaje es algo que ahora se puede hacer desde casa, cuando antes era casi

imprescindible ir a una agencia de viajes especializada que hiciera todo por el usuario o hablar con personas que están al otro lado del océano, antes era necesario ir a un locutorio para llamar, ahora no sólo se puede llamar desde casa, sino que además se puede ver a la otra persona y mantener una videollamada. A este avance tecnológico también se ha sumado la banca. Muchas de las acciones que antes se realizaban en la oficina ahora se pueden realizar desde un cajero, como actualizar la libreta, ingresar dinero en cuenta o incluso pagar un recibo. Y no solo se pueden hacer operaciones financieras desde un cajero, con el avance de los smartphones ahora es posible hacer muchas acciones desde el móvil o desde el ordenador, como consultar los últimos movimientos de una cuenta durante el último mes o hasta hacer una transferencia.

Las personas más jóvenes, que suelen estar en constante contacto con la tecnología no tienen problema para adaptarse a las nuevas tecnologías, sin embargo las personas más mayores normalmente tienen más dificultades para lidiar con ellas y adaptarse a los grandes cambios que está sufriendo la tecnología. Aunque cada vez más personas mayores cuentan con acceso a internet y lo utilizan diariamente, según la “Encuesta sobre el Equipamiento y uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los hogares” del Instituto Nacional de Estadística (INE) realizada en 2019 un 64,9% de las personas de 55 a 64 años usaba internet de forma diaria. Este porcentaje se reduce mucho en la siguiente franja de edad, y es que tan solo un 43,3% de los encuestados entre 65 y 74 años era usuaria diaria de internet. En cuanto a los mayores de 75 años, 21% de los encuestados usaba internet de forma diaria, por lo que se aprecia que cuanto más avanza la edad menos se usa internet.

En esta misma encuesta también aparece un dato muy interesante sobre la banca electrónica. Como se ha mencionado antes, muchas operaciones financieras se pueden hacer desde el ordenador y desde el móvil y el 59% de las mujeres usa las TIC para acceder a la banca electrónica, mientras que en el caso de los hombres este porcentaje aumenta hasta el 62,1%. Aunque en este apartado no se desglosa por edades, tan solo se aprecia como conjunto, es decir para todos los grupos objetivos encuestados unidos, las personas de entre 16 y 74 años. A pesar de ello, se puede apreciar que cada vez es más frecuente que los usuarios de internet no acudan a la oficina bancaria y realicen operaciones de forma virtual (Instituto Nacional de Estadística, 2019).

Conociendo todos estos datos, la acción propuesta para Bantierra es colaborar con el Instituto Aragonés de Servicios Sociales (IASS) y realizar cada año durante un mes una serie de jornadas en las que las personas mayores tengan contacto con ordenadores y

smartphones, y una serie de voluntarios les enseñen cómo usarlos de una forma responsable para que no sean víctimas de alguna estafa, ya que actualmente hay muchas bandas organizadas que tienen como objetivo estafar a personas mayores por internet. Según el portal 65yMás, que tuvo contacto con la responsable de la Guardia Civil de Madrid, señala que una de las estafas online más recurrentes a las personas mayores es la de vender “viagra falsa” (Recio, 2019).

Estas jornadas primero se realizarían en Zaragoza y en diferentes municipios de la provincia durante el mes de mayo en algún espacio que habilitase el ayuntamiento de la localidad, mientras que en Zaragoza tendrían lugar en las aulas de formación de la sede principal de Bantierra, y en el caso de tener buena aceptación se irían expandiendo por el resto de Aragón. Todas las clases serían impartidas por voluntarios que tuvieran conocimientos en el uso de las TIC. Las sesiones de clases durarían entre 45 y 60 minutos, y serían totalmente gratuitas. Los grupos de las clases serían reducidos, de entre 10 y 15 personas por grupo para que el aprendizaje sea más óptimo. Teniendo conocimientos sobre la tecnología las personas mayores podrían empezar a usar la banca electrónica, que como se ha comentado anteriormente, es muy frecuente que las personas utilicen la tecnología para consultar sus cuentas o hacer operaciones financieras.

Con estas jornadas Bantierra conseguiría acercar la tecnología a un sector que no está muy acostumbrado a usarla, por ello es una acción cuyo público objetivo es la sociedad, uno de sus principales *stakeholders*. Hay que destacar también que debido a que la acción no está prevista solo para el corto plazo, sino que se tiene en mente para que se realice durante varios años, se puede considerar una acción de RSC y no una de marketing social.

En cuanto a los cambios internos hay que decir que Bantierra tiene un gran reto. Primero cambiar el apartado de la página web oficial relacionado con la RSC. Es un apartado en el que no hay mucha información, y la que hay es antigua, por lo que deberían actualizarla y colocar allí todos los manuales de los años más recientes, de esa manera las personas interesadas en ello pueden ver con claridad el compromiso de la entidad. Bantierra tiene una dirección de correo electrónico en el que cualquier usuario puede contactar y preguntar sus dudas sobre la RSC, sin embargo es un correo al que no le dan mucho uso, por lo que sería muy interesante que si este correo está activo darle un mayor papel. De esta manera se podría apreciar uno de los valores fundamentales de la entidad, la cercanía.

Finalmente, en relación con la memoria de responsabilidad social anual, el formato es muy similar al de otras entidades, sin embargo, como se ha dicho antes, debería incluir el medio ambiente como uno de sus grupos de interés, y además relacionar todas sus acciones con al menos uno de los objetivos de desarrollo que propone la ONU.

7: CONCLUSIONES

Tras acabar con este repaso por la historia de la responsabilidad social y de cómo las empresas, y dentro de éstas, las entidades financieras la han incorporado en sus programas hay que decir que la RSC es algo cada vez más importante y es un asunto en el que las empresas hacen más énfasis. Esto se hace notar en el que hecho de que las empresas elaboran un informe centrado en la responsabilidad social de manera periódica y en que hay organismos específicos que premian y valoran los esfuerzos de las empresas en materia de RSC. En la actualidad una empresa sea del ámbito que sea, ha de tener una buena estrategia de responsabilidad social para ayudar al resto de la sociedad y paliar el impacto que puedan llegar a provocar con sus acciones.

En cuanto a las entidades financieras, suelen tener unos grupos de interés similar, y con sus acciones y políticas de RSC intentan que éstos obtengan los mejores resultados. Esto se nota tras analizar la responsabilidad social tanto de Ibercaja, como la de Bantierria. Aunque ambas tienen unos objetivos distintos debido a las grandes diferencias que hay entre las dos, siempre intentan favorecer a todos y cada uno de sus *stakeholders*. Con ello se puede observar que aunque las dos entidades cuentan con objetivos distintos y unas características diferentes, las dos tienen muy presente la responsabilidad social y el impacto que tienen sobre la vida de muchas personas.

BIBLIOGRAFÍA

- Aguilar, J. (07 de Abril de 2020). La economía tras el coronavirus: hundimientos de PIB y empleo, rápida recuperación y cambios en el consumo. *ABC*.
- Bankinter, D. d. (08 de Julio de 2020). *Bankinter*. Recuperado el 2020, de Bankinter: <https://www.bankinter.com/blog/economia/previsiones-paro-espana>
- Bantierra. (2016). *Memoria RSE Bantierra*. Zaragoza.
- Bantierra. (2018). *Código de Conducta de Bantierra*. Zaragoza.
- Cepes. (2018). *Cepes*. Recuperado el 20 de Junio de 2020, de Cepes: https://www.cepes.es/social/econ_social_que_es#
- CEPES. (s.f.). *Cepes*. Recuperado el 20 de Junio de 2020, de Cepes: https://www.cepes.es/social/econ_social_que_es#
- Comisión Europea. (2011). *Comisión Europea*. Recuperado el Marzo de 2020, de Comisión Europea: https://ec.europa.eu/info/index_es
- Confederación Española de Cajas de Ahorros. (2008). *Libro verde sobre la Responsabilidad Social Corporativa en el sector financiero: Una aproximación a la sostenibilidad*. Madrid.
- D.A. (14 de Septiembre de 2018). Bantierra organiza viajes gratuitos a Ordesa con motivo del Centenario. *Diario del Alto Aragón*.
- Dovas, I. R. (9 de Julio de 2015). *Cultura RSC*. Recuperado el 18 de Junio de 2020, de Cultura RSC: <https://www.culturarsc.com/2015/07/09/jana-catalan-responsable-de-rsc-de-cajalon-ahora-bantierra/>
- España, B. d. (15 de Marzo de 2020). Nota de prensa. *Las oficinas bancarias seguirán abiertas para ofrecer servicio a sus clientes*. Madrid, Madrid, España.
- España, B. d. (15 de Marzo de 2020). Nota de prensa. *Las oficinas bancarias seguirán abiertas para ofrecer servicio a sus clientes*. Madrid, Madrid, España.
- Europa Press. (29 de Noviembre de 2019). *Europa Press*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de Europa Press: <https://www.europapress.es/epsocial/responsables/noticia-fundacion-ibercaja-obtiene-sello-responsabilidad-social-aragon-2020-20191129171353.html>
- GRI. (2017). *GRI*. Recuperado el 18 de Junio de 2020, de GRI: <https://www.globalreporting.org/information/about-gri/Pages/default.aspx>

- Hosteltur. (30 de Agosto de 2019). *Hosteltur*. Recuperado el 2020, de Hosteltur: https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html
- Ibercaja. (2018). *Código ético*. Zaragoza.
- Ibercaja. (2018). *Informe anual de Grupo Ibercaja*. Zaragoza.
- Init Group. (2020). *Init Group*. Recuperado el 15 de Abril de 2020, de Init Group: <https://theinit.com/>
- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares*.
- Jordán, B. (16 de Diciembre de 2019). *Modelo Curriculum*. Recuperado el 30 de Mayo de 2020, de Modelo Curriculum : [https://www.modelocurriculum.net/blog/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-en-las-empresas#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20\(RSC\)%20radica%20en,no%20s%C3%B3lo%20a%20las%20empresas.&text=Compa](https://www.modelocurriculum.net/blog/la-importancia-de-la-responsabilidad-social-corporativa-en-las-empresas#:~:text=La%20importancia%20de%20la%20Responsabilidad%20Social%20Corporativa%20(RSC)%20radica%20en,no%20s%C3%B3lo%20a%20las%20empresas.&text=Compa)
- Marketing News. (04 de Febrero de 2019). *Marketing News*. Recuperado el 15 de Junio de 2020, de Marketing News: <https://www.marketingnews.es/investigacion/noticia/1120211031605/once-bancos-espanoles-mas-valorados-del-mundo.1.html>
- Martín, J. (04 de Abril de 2019). *Economía Digital*. Recuperado el Mayo de 2020, de Economía Digital: https://www.economiadigital.es/finanzas-y-macro/la-decada-negra-de-las-oficinas-bancarias-20-000-sucursales-cerradas_616424_102.html
- Pacto Mundial. (2019). *Pacto Mundial Red Española*. Recuperado el 23 de Junio de 2020, de Pacto Mundial Red Española: <https://www.pactomundial.org/pacto-mundial-de-las-naciones-unidas/>
- Press, E. (06 de Abril de 2020). Caja Rural de Aragón adelanta el abono de las pensiones al 21 de abril. *Heraldo de Aragón*.
- Recio, P. (8 de Agosto de 2019). *65y más*. Recuperado el 06 de Abril de 2020, de 65y más: https://www.65ymas.com/sociedad/atencion-principales-timos-personas-mayores_6826_102.html

- Santos, B. (21 de Junio de 2018). *Hotmart*. Recuperado el 28 de Junio de 2020, de Hotmart: <https://blog.hotmart.com/es/marketing-social/>
- Tobias, A., & Fabio, N. (14 de Abril de 2020). *Dialogo a Fondo*. Recuperado el 20 de Mayo de 2020, de Dialogo a Fondo : <https://blog-dialogoafondo.imf.org/?p=13195>
- Ubiera, M. A. (07 de Abril de 2014). *Escuela de Organización Industrial*. Recuperado el 04 de Abril de 2020, de Escuela de Organización Industrial: <https://www.eoi.es/blogs/mintecon/2014/04/07/la-responsabilidad-social-empresarial-rse-3/>
- United Nations . (2019). *United Nations Global Compact*. Recuperado el 22 de Junio de 2020, de United Nations Global Compact: <https://www.unglobalcompact.org/interactive/sdgs/global>